المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة أم القرى
معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج

واقع جهود التوعية في الحج

دراسة ميدانية على القائمين بالتوعية في الجهات المعنية

إعـــداد

د . محمد بن علي الشريف   د . عبد العظيم إبراهيم خضر

١٤٢٥هـ

الصورة النهائية للبحث بعد التحكيم

فهرس الموضوعات

الصفحة

.

ملخص الدراسة

- **عنوان الدراسة :** واقع جهود التوعية في الحج " دراسة ميدانية على القائمين بالتوعية في الجهات المعنية
- **اهداف الدراسة:**
- تهدف الدراسة الى التعرف على واقع الجهود التي تبذلها الجهات المعنية بشئون الحج حكومية كانت أم خاصة في مجال توعية الحجاج قبل وبعد قدومهم حتى مغادرتهم ، للحصول على تصور علمي واضح عن هذه الجهود.
- **منهج الدراسة وعينتها:**
- استخدم الباحثان المنهج المسحي ، وتتكون عينة الدراسة من القائمين بالتوعية في الجهات المعنية بتوعية الحجاج والذين هم في الميدان خلال موسم حج ١٤٢٤هـ .وقد بلغ حجم العينة (٦٥١) فرداً في كل مكة المكرمة والمدينة المنورة.
- **أهم نتائج الدراسة:** اهتمام الإدارات بالتوعية كان كبيراً حيث بلغت نسبة ذلك أكثر من ٥٢% ، وان أهداف التوعية متعددة وكذلك تستخدم في إيصالها جميع أنواع الوسائل الإعلامية بنسب متقاربة ، وان الجزء الكبير من التوعية يقدم بعد قدوم الحجاج ،و أن معظم المبحوثين يؤكدون على ضرورة التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية.
- **أهم توصيات الدراسة:**

١- إقامة العديد من الدورات التدريبية التي تهدف إلى إعداد وتأهيل الكوادر التي تسهم في تنفيذ برامج التوعية في الحج.

٢- الاهتمام بتقديم برامج التوعية للحجاج قبل سفرهم إلى الأراضي المقدسة ، وضرورة العناية بتعريفهم على الصورة الواقعية الصحيحة للحج.

٣- ضرورة توافر آلية واضحة للتكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية بالتوعية في الحج.

٤- ان يوضع معايير للتوعية المناسبة وأن تحدد المواد الإعلامية المناسبة للتوعية الشاملة.

مقدمـــة :

الحمد لله القائل في محكم كتابه الكريم : { وأذن في الناس بالحج يأتوك رجالاً وعلى كل ضامر يأتين من كل فج عميق . ليشهدوا منافع لهم ويذكروا اسم الله في أيام معلومات على ما رزقهم من بهيمة الأنعام .. } (الحج : ٢٧-٢٨)

والصلاة والسلام على خير هاد ومعلم نبينا وقدوتنا محمد صلى الله عليه وسلم – وبعد :

فللحج أهداف سامية ، ومقاصد شريفة . والمولى – جلت قدرته – حيث أوجبه على عباده باعتباره ركناً خامساً من أركان الإسلام ، قصد به توجيه الأمة الإسلامية للإفادة من هذا التجمع العظيم ، وما يجلبه من منافع جمة في الدنيا والآخرة .

ولقد كان الحج في الماضي البعيد يتم بصورة تلقائية مبسطة ، دونما حاجة لإعداد مبكر أو تخطيط مسبق . أما اليوم فحال الحج مختلفة تماماً عن ذي قبل في ظل التزايد الهائل والمتواصل في أعداد الحجيج عاماً بعد عام ، وهو ما يستدعي بالطبع تزايد مطرداً في الخدمات المقدمة لضيوف الرحمن ، واستنفاراً كبيراً للجهود لتأمين سلامة هذه الحشود وراحتها وضمان تأديتها لمناسكها بيسر وسهولة .

والمملكة العربية السعودية – بحكم مسئوليتها التي قدرها الله لها – تعتبر خدمة حجاج بيت الله الحرام ، شرفاً لا يدانيه شرف لكل منتسب إلى هذه الأرض المباركة ، ومن ثم تجند كافة أجهزة الدولة لتحقيق هذه الرسالة النبيلة .

فإلى جانب وزارة الحج هناك العديد من الأجهزة المختصة المعنية بتقديم الخدمات لضيوف الرحمن ، وفي مقدمتها : الأجهزة الأمنية الحريصة على توفير الرعاية الأمنية للحجاج والحفاظ على سلامتهم ، والأجهزة المرورية ، والدفاع المدني ، وإمارات المناطق – وبصفة خاصة إمارة منطقة مكة المكرمة ، ولجنتها المركزية التي تعنى على مدار العام بكل ما له صلة بالحج ، وإمارة منطقة المدينة المنورة – والوزارات ذات العلاقة بشئون الحج كوزارة الشئون الإسلامية ، ووزارة الشون البلدية والقروية المسئولة من خلال أماناتها وبلدياتها عن النظافة والصيانة ، ومصلحة المياه والصرف الصحي المسئولة عن توفير مياه الشرب ، ووزارة النقل

، ووزارة الصحة ، وغيرها من الوزارات ، ومؤسسات أرباب الطوائف الأهلية المسئولة عن خدمات الحج منذ وصول الحجاج ، وحتى مغادرتهم لبلدانهم .

الأمر يعنينا هنا هو : أن ثمة جهوداً مماثلة ينبغي أن تبذل في مجال توعية حجاج بيت الله الحرام ، تفرضها الاعتبارات الآتية :

أولاً : طبيعة فريضة الحج : حيث تُعدُّ أعقد وأصعب فرائض الإسلام قاطبة ، فضلاً عن أن الحاج يضحي بماله ، ويترك أهله ووطنه ، متحملاً عناء هذه الرحلة الميمونة ومشاقها ، قاصداً بيت الله الحرام لأداء هذه الشعيرة العظيمة ، راجياً القبول من الله ، ليعود مغفوراً له كيوم ولدته أمه .

" وهذا الصنف يحتاج غالباً إلى تبسيط في برامج التوعية ، والتركيز على الجانب العملي الذي يتلاءم ومداركه العقلية " . (بوقس ، د .ت ، ص١٠)

.

" وفي وقتنا : نرى في الحج الجهل بمرامي النسك وأحكامه يضرب بأوتاده في أوساط الأهالي ، نتيجة كون القلة النادرة من الناس – وللأسف الشديد - هم الذين يهتمون بتعليم أهاليهم الأحكام قبل فعلها ، ويفقهونهم بحكم النسك ومقاصده ، ويجيبون عن استفساراتهم ، ويُجلون الإشكاليات التي لديهم " . (البعداني ، ١٤٢١هـ ، ص٦٥) .

ثانياً : أن بعض حجاج بيت الله الحرام من فئة الأميين أو محدودي الثقافة ، ومن ثم تكمن حاجتهم إلى التوعية بأمور الحج ، وأنظمته ومرافقه ، وخدماته ؛ حيث يكثر في عصرنا من الحجيج من يجهل أحكام النسك ، كما يكثر الأعاجم والضعفة ، وكبار السن ، ونحوهم ؛ ممن يحتاجون إلى من يرفق بهم في كل شيء قيادة وتعليماً ، ونصحاً ، وتوجيهاً ، عشرة ومخالطةً ، بل وخدمة وإحساناً . (البعداني ، ١٤٢١هـ ، ص١٥٧) .

ثالثاً : المواقف والظروف الطارئة التي من الوارد أن يتعرض لها أيُّ حاج ، نتيجة التزايد المستمر في أعداد الحجيج عاماً بعد عام ، وما يسببه من زحام شديد في رحاب بيت الله الحرام ، وفي المشاعر المقدسة ، مما يقتضي معه توعيته بالسلوكيات والقرارات التي يتعيَّن عليه اتخاذها في مثل هذه المواقف الطارئة .

والناظر في أحوال الناس اليوم يرى انتشار البدع وموج الضلالات بصورة مفزعة في المناسك وغيرها . ولا سبيل لردم الهوة وإصلاح الخلل إلا بتوحيد المتابعة للنبي – صلى الله عليه وسلم – وإفراده بالأخذ والتلقي ، وقيام العلماء والدعاة بتربية الأمة على ذلك . والحج فرصة مناسبة يمكن من خلالها قسر النفوس على الأخذ عن النبي – صلى الله عليه وسلم – وحده وعدم التلقي عن سواه . (بوقس ، د . ت ، ص٧٣) .

ولا شك أن أهم عقبة تعوق تحقيق أهداف الحج الكبرى هي عدم وعي الحجاج بحقيقة الحج ، وصورته الصحيحة ، وأهدافه الكبرى ، فجهل كثير من الحجاج بصورة الحج الصحيحة ، وعدم مراعاتهم لآدابه ، وعدم عملهم على الأخذ بالأسباب التي تهيئ لهم الانتفاع بالحج ، والتقيد بالصورة الصحيحة للعبادة الفعلية ، والقولية ، ومراعاة الآداب الشرعية ، والأخذ بأسباب النظافة ، وتنزيه المشاعر عما لا يليق بها ، ومراعاة الوسائل الصحيحة .. كل ذلك مما يعوق تحقيق أهداف الحج الكبرى . (بوقس ، د . ت ، ص٧٣)

رابعاً : أن هذه التوعية واجب إسلامي ، تحتمه مسئولية أبناء هذا الوطن – التي قدَّرها الله سبحانه – عن هذه الأراضي المقدسة .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

تكمن مشكلة الدراسة في أن هناك الكثير من المجالات التي يتعيَّن فيها تخصيص برامج مناسبة لتوعية حجاج بيت الله الحرام : في بلادهم ومنذ لحظة وصولهم حتى مغادرة هذه الأراضي المقدسة بعد الانتهاء من أداء فريضتهم ثانياً .

والحقيقة أن هناك بالفعل جهوداً كبيرة تبذلها العديد من الجهات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية في مجال توعية حجاج بيت الله الحرام ، حتى إن عدد هذه الإدارات يقدَّر بأكثر من ثلاثين إدارة ، إلا أن الملاحظ أن هذه الجهود تظل قاصرة عن تحقيق بعض أهدافها ، في ظل عدم التنسيق والتكامل فيما بينها ، وفي ظل غياب رؤية علمية واضحة تضع في حسبانها كل المتغيرات والمحددات المتعلقة بطبيعة الحجاج الذين توجّه إليهم جهود التوعية من : تعدد أجناسهم ، وتباين لغاتهم ، ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية ، ومدى احتياجاتهم من برامج التوعية ، ومضامينها ، وأشكالها ، ووسائلها . وذلك للاعتبارين الآتيين :

١) اعتبار عام : بالنظر إلى ما توفره هذه الدراسة من بيانات ومعلومات عن برامج التوعية الحالية ، حيث تُعد أساساً يمكن البناء عليه مستقبلاً في وضع استراتيجية واضحة المعالم تنطلق منها جهود التوعية في الحج .

٢) **اعتبار خاص :** بالنظر إلى انتماء الباحثين لجامعة " أم القرى " ولمعهد " خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج " .. حيث تأتي هذه الدراسة في إطار الجهود العلمية التي يضلع بها المعهد ، في ظل توجيه نحو تبني الأساليب العلمية والبحثية التي يمكنها أن تسهم في حل المشكلات التي تواجه ضيوف الرحمن ، حتى يؤدوا مناسكهم على الوجه الأكمل دون تكبد كثير عناء أو مشقة .

تساؤلات الدراسة :

في إطار الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها ، تتحدد تساؤلات الدراسة على النحو الآتي:

١) ما الأهداف التي تسعى هذه الإدارات إلى تحقيقها من وراء الجهود التي تبذلها للتوعية في الحج ؟

٢) ما طبيعة ونوعية برامج التوعية في الحج التي تقدمها هذه الإدارات ؟

٣) ما المضامين والأشكال والوسائل المستخدمة في برامج التوعية ؟

٤) ما طبيعة الجمهور المستهدف ببرامج التوعية في الحج ؟

٥) ما رؤية المسئولين والقائمين على أمر التوعية في الحج ، لتطويرها ، وتحديث وسائلها وأدواتها وتقنياتها ؟

٦) ما إمكانية اقتراح آلية للتنسيق والتكامل بين الجهود المبذولة للتوعية في الحج

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع الجهود التي تبذلها الجهات المعنية بشئون الحج حكومية كانت أم خاصة في مجال توعية الحجاج قبل قدومهم ، وبعد قدومهم حتى مغادرتهم ، بهدف تكوين تصور علمي واضح عن هذه الجهود . وهو ما يسهم في توفير أساس علمي يفيد القائمين على أمر التوعية في الحج ، ويمكنهم من تخطيط استراتيجية واضحة المعالم ومتكاملة تنطلق منها تلك الجهود . ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية على النحو الآتي :

١) التعرف على واقع الجهود التي تبذلها الجهات المعنية بشئون الحج .

٢) التعرف على الأهداف التي تسعى الإدارات إلى تحقيقها من وراء تلك الجهود التي تبذلها في التوعية .

٣) التعرف على طبيعة ونوعية برامج التوعية التي تقدمها هذه الإدارات .

٤) التعرف على المضامين والأشكال والوسائل المستخدمة في التوعية .

٥) الكشف عن مدى اهتمام هذه الجهات بقضية " التوعية في الحج " .

٦) بيان مدى التنسيق مع الجهات المعنية بأمر التوعية في الحج .

٧) التعرف على الجمهور المستهدف ببرامج التوعية من الحجاج ، واللغات التي تقدم بها المواد التوعوية .

٨) الكشف عن توجه القائمين بالتوعية في الإدارات المعنية نحو تطوير أدواتها ووسائلها وتقنياتها وبرامجها .

٩) التعرف على مدى توجه القائمين بالتوعية نحو فكرة التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية .

حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: يقتصر البحث على القائمين بالتوعية في الجهات المعنية خلال موسم حج ١٤٢٤هـ وهو على الأفراد الذين مارسوا التوعية خلال شهري ذي القعدة وذي الحجة من عام ١٤٢٤هـ ، وشهر المحرم من عام ١٤٢٥هـ.

الحدود المكانية: يتقصر البحث على الإدارات المعنية بخدمات الحجاج سواء إدارات حكومية او إدارات أهلية والتي تعنى بتوعية الحجاج وذلك في كل من مكة المكرمة والمدينة المنورة.

مصطلحات الدراسة:

استخدمت الدراسة عدداً من المصطلحات الفنية التي يتعين الاتفاق على مفهومها ، ومن ابرز هذه المصطلحات مايلي:

- مفهوم التوعية: التوعية هي نشر المعرفة الصحيحة حول موضوع معين ليتسنى للمتلقي للتوعية تنفيذ الأعمال بطرق صحيحة ، والمقصود هنا تعريف الحاج بكيفية تنفيذ أعمال نسك الحج بشكل صحيح ، وان يقوم بجميع الإجراءات لإنهاء النسك بشكل ايجابي ، وان يتسم سلوك الحاج بالهدوء والحرص على سلامته وسلامة الحجاج الآخرين.
- والمقصود هنا بدراسة واقع جهود التوعية: هو معرفة ما تقوم به الإدارات المعنية من إرشاد وإعلام للحجاج حيال أداء الحج ، كتعريفهم بجميع الإجراءات الإدارية ، وأعمال النسك ، وكيفية الاستفادة من الخدمات لتأدية الحج بيسر وسهولة.

الدراسات السابقة

قام الباحثان بمراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية ، لكنه لم يتمكن من الحصول على أي بحث او دراسة سابقة تناولت واقع جهود التوعية في الحج بشكل شامل ... إلا أن هناك دراسات تناولت واقع الجهود بشكل جزئي كتجربة بعض الدول او الجهات الإدارية على جانب معين من جوانب التوعية وقد تمت الاستفادة من تلك الدراسات في بناء هذه الدراسة الحالية ومن تلك الدراسات مايلي:

١- دراسة: جهود وزارة الحج الإعلامية في توعية الحجاج.

ورقة عمل مقدمة من وزارة الحج لندوة الإعلام في الحج (١٤١٦هـ).

= حيث تقوم الوزارة بإصدار تعليمات في كل موسم حج توضح فيها للحجاج ما يجب عليهم أداؤه من أجور خدمات مؤسسات أرباب الطوائف وأجور النقل ، وتوضيح التعليمات والمواعيد المحددة لكل حاج منذ ان ينوي أداء الحج حتى عودته بعد أداء المناسك.

= وإصدار تعليمات ضرورة قيام حكومات العالم الإسلامي بتوعية الحجاج في بلادهم.

= اقتراح وضع استراتيجية لخطة توعية شاملة في الحج.

٢- دراسة الأساليب المثلى لتوعية الحاج في بلده او تجربة ماليزيا واندونيسيا" إعداد د. عبدالله احمد عبدالله ، مقدمة لندوة الإعلام في الحج (١٤١٦هـ). أفراد العينة (٦٠٠) فرد من (ماليزيا واندونيسيا وسنغافورة).

يهدف البحث إلي التعرف على الأساليب المثلى لتوعية الحاج في بلده على ضوء تجربة ماليزيا واندونيسيا.

وكان من نتائج الدراسة ان تكون المواد الإعلامية المستخدمة في التوعية عبارة عن كتيبات ومحاضرات وأفلام ، وأشار غالبية الحجاج إلى أن مسؤولية التوعية تقع في المقام الأول على بلد الحاج.

ومن توصيات البحث ضرورة تشكيل لجنة دائمة خاصة بالتوعية الشاملة تكون مهمتها وضع وإعداد وتنفيذ برامج خطة التوعية الشاملة بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة في الدول الإسلامية.

٣- دراسة : الأساليب المثلى لتوعية الحاج في بلده " تجربة الدفاع المدني" إعداد : د. عبد اللطيف دبيان ، د. علي العنزي ، عدد مفردات العينة _(٥٦٠) فرداً مقدم لندوة الإعلام في الحج (١٤١٦هـ).

ركزت الدراسة على واقع توعية الحاج في بلده ، وأثناء سفره للحج وبعد وصوله المملكة ، مع قياس لاتجاهاته وسلوكياته.

وكان من نتائج الدراسة أهمية التوعية في بلد الحاج وأفضليتها ، كما دلت النتائج على أفضلية وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق ذلك ، ودلت الدراسة على عدم

اهتمام الحاج بوسائل الإعلام بشكل عام بعد وصوله للمملكة ، وايضا ظلت الاتجاهات الصحيحة نحو امور السلامة دون المطلوب.

التعليق على الدراسات السابقة:

من العرض السابق يتضح ان هناك اوجه تشابه مع الدراسة الحالية من حيث البحث في واقع جهود التوعية التي قد تكون متشابهة في تعريف الحاج وتعليمه ببعض المعلومات عن نسك الحج اما من حيث اوجه الاختلاف فان هذه الدراسة تختص ببحث جهود التوعية الشاملة وليست في جانب من جوانب التوعية ودراسة اهدافها المتعددة وايجاد وسيلة للتكامل والتنسيق بين تلك الجهات للقيام بالتوعية.

منهج الدراسة وإجراءاتها:

منهج البحث: استخدم الباحثان المنهج المسحي الذي يصف الظاهرة وهو المنهج الملائم والذي عرفه (العساف ، ١٤٢١هـ ، ص ١٩١) بأنه الذي يقوم بوصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها.

ويقول عنه (عبدالحميد ، ١٩٩٨م ، ص ١٣٦) هو: مايقوم بوصف ماهو كائن وتقييمه ، ويحدد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع ، ويهتم بتحديد الممارسات الشائعة او السائدة كما أنه يتسم بالقدرة على وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً ، والتعبير عنها تعبيراً كيفياً أو كمياً.

وقد تم في هذا البحث جمع الحقائق والمعلومات عن الواقع الراهن موضع الدراسة " واقع جهود التوعية في الحج" بهدف الحصول على بيانات ومعلومات كافية عنها ، وكذلك عن القائمين بمهام التوعية في الحج في الأجهزة الحكومية ،

والخاصة ، والمسؤلين عن هذه الأجهزة لبيان مدى الاهتمام بقضية التوعية في الحج ، وواقعها ، وأهدافها ، ووسائلها ، ومضامينها ....الخ.

ويعد منهج " المسح الاجتماعي " دراسة علمية منظمة لتقرير وتفسير موقف اجتماعي معين ، في مجتمع ما ، وبالتالي فهو يعمل على جمع البيانات وتفسيرها من خلال مقابلات مقننة وغيرها (حسين ، ١٩٩٥م ، ص١٥١) . بهدف الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات من مجموعة من المبحوثين يمثلون مجتمعاً معنياً . كما يهدف إلى الكشف عن الخصائص الاجتماعية لهم ، وعلاقتها بأنماط سلوكية واتجاهات معينة (عبد المعطي ، مجلة البحوث الإعلامية ، يوليو ، ١٩٩٧م ، ص٢١) .

مجتمع وعينة الدراسة:

يقوم بأعمال التوعية في الحج العديد من الأجهزة والقطاعات الحكومية والأهلية ، وتشترك عشرات الجهات الإدارية في هذه الأعمال ، ولمعرفة جهود التوعية من قبل هذه الإدارات ، فان مجتمع الدراسة يتكون من القائمين بالتوعية وخاصة المتواجدين في الميدان من الجهات المعنية وقد وزعت الاستبانة على الممارسين فعلاً في الميدان.

والعينة تعد ممثلة في ضوء المعايير العلمية لمجتمع البحث ، فقد استقطب اكبر عدد ممكن من القائمين بالتوعية في الميدان ، واختير الممارسين فعلاً والذين كانوا على رأس العمل .وقد بلغ عدد أفراد العينة (٦٥١) فرداً.

أداة الدراسة :

تعد الاستبانة أداة ملائمة تعين على تحقيق الأهداف التي ترمي الدراسة الى الوصول إليها ، كما أن الاستبانة تعد من أكثر أدوات البحث شيوعاً في مجال الدراسات الميدانية ، لهذا استخدمت كأداة لجمع معلومات هذه الدراسة.

وصف أداة الدراسة المستخدمة:

تم تصميم استبانة جمع بيانات ومعلومات عن جهود التوعية في الحج وهي تتكون من ثلاثة أجزاء كمايلي:

١- معلومات أولية: عن أفراد عينة الدراسة مثل:

مسمى الوظيفة – الادارة التي يعمل بها – عدد سنوات الخبرة – المستوى التعليمي – العمر.

٢- معلومات عن برامج التوعية مثل:

حجم اهتمام المؤسسة بالتوعية – أهداف التوعية – الوسائل التي تستخدم في تنفيذ برامج التوعية – أهم جنسيات الحجاج المستهدفة بالتوعية – أهم اللغات المستخدمة في التوعية –تقديم التوعية للحجاج قبل او بعد قدومهم.

٣- المرئيات حول التكامل والتنسيق بين الإدارات التي تقوم بمهام التوعية في الحج مثل:مدى تأثير التكامل والتنسيق في توفير النفقات والكوادر المؤهلة ، واختيار المضامين التوعوية المناسبة وتغطية اكبر عدد ممكن من الحجاج ، والتطوير المستمر للتوعية . أو أنه لايمكن تحقيق التكامل في التنسيق لاختلاف منطلقات وتوجيهات التوعية من أداة الى أخرى ، أو لأن كل ادارة تقوم بتحقيق أهدافها ذاتياً ، أو لعدم وجود استراتيجية واضحة تكون اساساً للتوعية الشاملة في الحج.

٤- كما يوجد ثلاثة اسئلة مفتوحة عن اهم المعوقات والمقترحات والمرئيات حيال التوعية وتوجيهاتها.

تحليل وتفسير المعلومات

كشفت نتائج هذه الدراسة عن أن هناك عدة معوقات تحول دون تحقيق برامج التوعية في الحج لأهدافها المنوطة ؛ من بينها : نقص خبرة القائمين بالتوعية ، وعدم وجود آلية للتكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية بالتوعية ، وافتقار استراتيجية واضحة للتوعية الشاملة تكون منطلقاً وأساساً لبرامج التوعية في الحج .

كما أثبتت الدراسة أن أغلب القائمين بالتوعية في الحج يفضلون أن توجه برامج التوعية للحجاج قبل قدومهم من بلادهم ؛ وهذا عكس ما كشفت عنه نتائج الدراسة من أن معظم برامج التوعية للحجاج بعد قدومهم . بالإضافة إلى العديد من النتائج الأخرى التي سنتناولها على النحو الآتي :

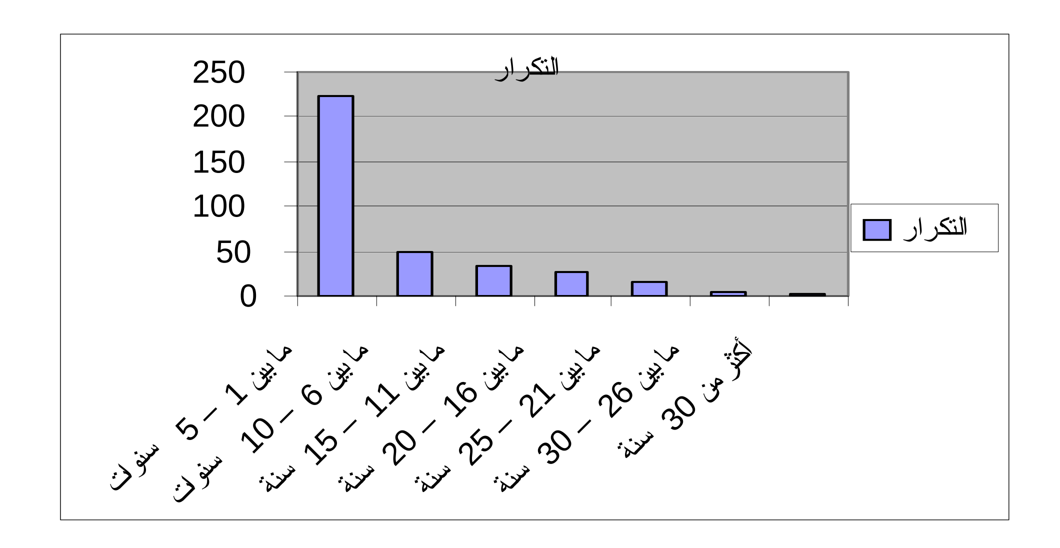
١) عدد سنوات الخبرة :

النسبة العظمى من المستهدفين في هذه الدراسة خبرتهم في هذا المجال أقل من خمس سنوات ، ونسبة (١٣,٨%) ما بين (٦-١٠) سنوات ، وهناك نسبة (٠,٨٥%) خبرتهم أكثر من ٣٠ سنة .

عدد سنوات الخبرة	التكرار	%
ما بين ١ ــ ٥ سنوات	٢٢٣	٦٢,٨٢
ما بين ٦ ــ ١٠ سنوات	٤٩	١٣,٣٠
ما بين ١١ ــ ١٥ سنة	٣٣	٩,٣٠
ما بين ١٦ ــ ٢٠ سنة	٢٦	٧,٣٢
ما بين ٢١ ــ ٢٥ سنة	١٦	٤,٥١

ما بين ٢٦ ـ ٣٠ سنة	٥	١,٤١
أكثر من ٣٠ سنة	٣	٠,٨٥
لمجموع	٣٥٥	١٠٠,٠٠

شكل (١) عدد سنوات الخبرة



تشير البيانات الواردة في كل من الجدول والشكل السابقين إلى نقص خبرة القائمين بالتوعية في مجال الحج ؛ وهو ما يرتب مسئولية كبرى على الجهات المعنية بضرورة التغلب على هذا العامل الذي قد يكون معوقاً على طريق بلوغ جهود التوعية في الحج لأهدافها المرجوة ، ويمكن تحقيق ذلك من خلال إقامة عدد من الدورات التدريبية لهذه الكوادر ؛ التي تهدف إلى إعدادهم وتأهيلهم لأداء مهامهم المنوطة بهم على أكمل وجه . وحبذا لو تم التنسيق بين الجهات المعنية من أجل تحقيق هذا الهدف .

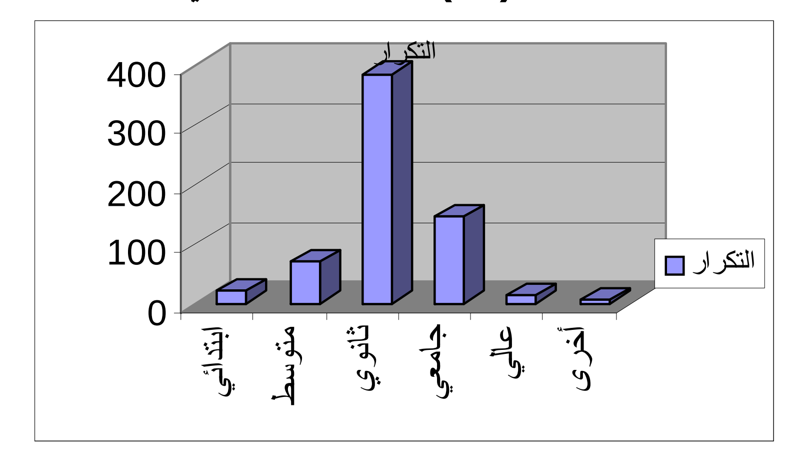
<u>٢) المستوى التعليمي :</u>

المستوى التعليمي للفرد يؤهله للإلمام بكثير من المعلومات والمعرفة . من خلال الدراسة وجدنا أن حملة البكالوريوس بنسبة (٢٢,٥٥ %) أما الغالبية فهم من خريجي الثانوية العامة بنسبة (٦٠,١٩ %) وخريجي المرحلة المتوسطة بنسبة (١٠,٨٩%) .

جدول (٢) المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	%
ابتدائي	٢١	٣,٢٧
متوسط	٧٠	١٠,٨٩
ثانوي	٣٨٥	٦٠,١٩
جامعي	١٤٥	٢٢,٢٥
عالي	١٣	٢,٠٢
أخرى	٧	١,٠٩
لمجموع	٦٤٣	١٠٠,٠٠

الشكل (٢) المستوى التعليمي



تؤكد البيانات السابقة على أن هناك نسبة ليست هينة من القائمين بالتوعية يعانون من ضعف المستوى التعليمي ، وينبغي أن يكونوا موضع الاعتبار ؛ وهم أصحاب المستوى التعليمي المتوسط (١٠,٨٩%) ، وأصحاب المستوى التعليمي

الابتدائي (٣,٢٧%) ، ولو أضفنا إليهم الغالبية العظمى من القائمين بالتوعية : أصحاب المستوى التعليمي الثانوي (٦٠,١٩%) - على اعتبار أن ما دون المستوى الجامعي يندرج في إطار المستوى التعليمي المنخفض – لوجدنا أن نسبتهم مجتمعة تصل إلى حوالي (٧٤,٣٥%) من المجموع الكلي تقريباً ؛ وهو ما يشير إلى تدني المستوى التعليمي لأغلب القائمين بالتوعية في الحج . فإذا أخذنا في الاعتبار أن السواد الأعظم منهم يعانون من نقص الخبرة – كما سبق – فإن الحاجة تبدو ملحة لإعادة النظر في هذه الكوادر ، والعمل على إعدادها وتأهيلها بالصورة المناسبة للقيام بهذه المهمة الكبيرة .

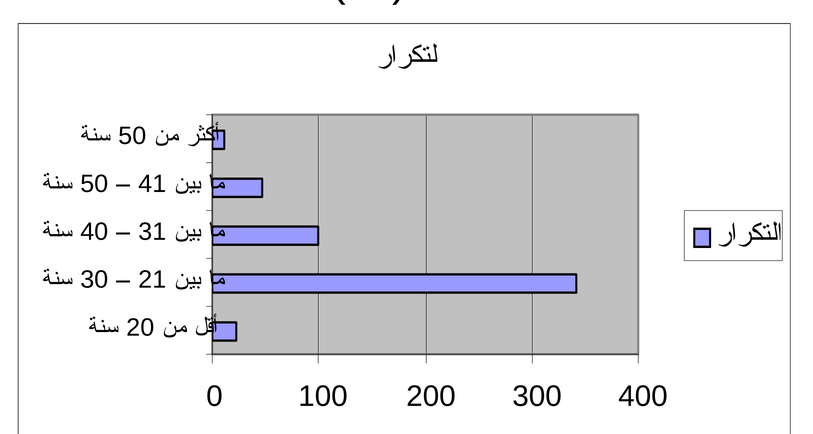
٣) العمر :

من يقومون بتوعية الحجاج أغلبهم من ذوي الأعمار ما بين (٢١ – ٣٠) سنة بنسبة (٦٥,٣٣%) وما بين (٣١ – ٤٠) سنة بنسبة (١٨,٩٧%) مع ملاحظة وجود نسبة (٢,٣٠%) لرجال أعمارهم أكثر من (٥٠) سنة .

جدول (٣) العمر

العمـــر	التكرار	%
أقل من ٢٠ سنة	٢٣	٤,٤١
ما بين ٢١ – ٣٠ سنة	٣٤١	٦٥,٣٣
ما بين ٣١ – ٤٠ سنة	٩٩	١٨,٩٧
ما بين ٤١ – ٥٠ سنة	٤٧	٩,٠٠
أكثر من ٥٠ سنة	١٢	٢,٣٠
لمجموع	٥٢٢	١٠٠,٠٠

جدول (٣) العمر



تؤكد البيانات السابقة على أن أغلب القائمين بالتوعية في الحج يندرجون في الفئات العمرية التي تصنف في إطار مرحلة الشباب ؛ كما ينبغي أن نأخذ في الاعتبار أن هناك نسبة لا بأس بها تندرج في إطار الفئات العمرية التي تخطت حاجز الأربعين عاماً ؛ وهؤلاء لا شك يملكون خبرات ومهارات كبيرة يمكن استثمارها في صقل وتوجيه من دونهم خبرة من الفئات العمرية الأقل . ونكرر هنا تأكيدنا على أهمية التنسيق بين الإدارات المعنية في هذا الإطار .

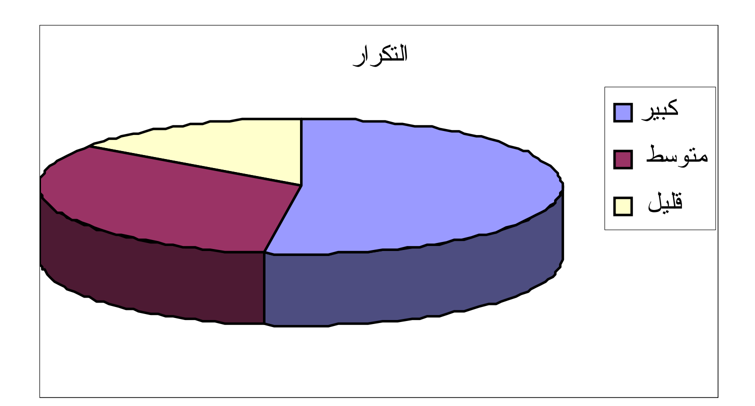
٤) حجم اهتمام المؤسسة ببرامج التوعية في الحج :

لمعرفة مدى اهتمام المؤسسة ببرامج التوعية في الحج أجاب نسبة (٥٢,١٠%) بأن الاهتمام كبير بهذا الأمر . ونسبة (٣٢,٨١%) متوسط ونسبة (١٥,٠٩) تهتم قليلاً بالموضوع .

جدول (٤) الاهتمام ببرامج التوعية في الحج

العمـــر	التكرار	%
كبير	٣٣٥	٥٢,١٠
متوسط	٢١١	٣٢,٨١
قليل	٩٧	١٥,٠٩
لمجموع	٦٤٣	١٠٠,٠٠

شكل (٤) الاهتمام ببرامج التوعية في الحج



تعد النتائج السابقة طبيعة في إطار حرص المبحوثين على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة التي ينتمي إليها منهم ، وإبراز اهتمامها بهذا الجانب الحيوي . وإن كانت نسبة ليست هينة (١٥,٠٩%) قد أشارت إلى أن اهتمام إداراتهم بالتوعية في الحج قليل . وربما يشير ذلك إلى ضرورة توافر آلية يمكن من خلالها قياس حجم اهتمام الجهات المعنية بالجانب التوعوي في الحج.

<u>٥) الهدف من برامج التوعية :</u>

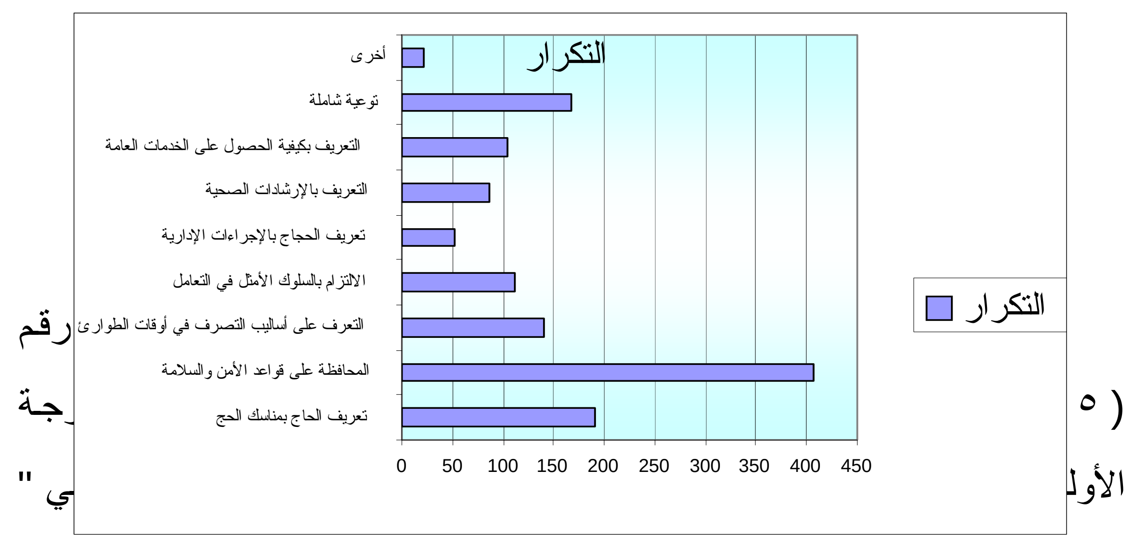
تتعدد الأهداف الخاصة بالتوعية في الحج في جدول (٥) لخصنا هذه الأهداف فوجدنا أن نسبة (١٤,٩١%) منها تهدف إلى تعريف الحجاج بمناسك الحج . ونسبة (٣١,٦٩%) تهدف إلى المحافظة على قواعد الأمن والسلامة . مع ملاحظة أن نسبة (١٣,٠٤%) تهدف إلى التوعية الشاملة .

جدول (٥) الهدف من برامج التوعية التي تقدمها إدارة المؤسسة

الهدف من وراء برامج النوعية	التكرار	%
تعريف الحاج بمناسك الحج	١٩١	١٤,٩١
المحافظة على قواعد الأمن والسلامة	٤٠٦	٣١,٦٩
التعرف على أساليب التصرف في أوقات الطوارئ	١٤١	١١,٠١
الالتزام بالسلوك الأمثل في التعامل	١١١	٨,٦٧
تعريف الحجاج بالإجراءات الإدارية	٥٢	٤,٠٦
التعريف بالإرشادات الصحية	٨٧	٦,٧٩
التعريف بكيفية الحصول على الخدمات العامة	١٠٥	٨,٢٠
توعية شاملة	١٦٧	١٣,٠٤
أخرى	٢١	١,٦٤

لمجموع	١٢٨١	١٠٠,٠٠

شكل (٥) الهدف من برامج التوعية التي تقدمها إدارة المؤسسة



رقم

(٥ ... جة

الأول ... ي "

المحافظة على قواعد الأمن والسلام " و " التعرف على أساليب التصرف في أوقات الطوارئ " ؛ ينتج أن النسبة مجتمعة تصل إلى (٤٢,٧%) ؛ وهو ما يجسد توجهات وأهداف وبرامج التوعية في الحج . وعلى الرغم من الأهمية البالغة لجوانب الأمن والسلامة والتي ينبغي أن نوجه إليها جزءاً من برامج التوعية ؛ إلا أن هناك العديد من الجوانب المهمة التي ينبغي أيضاً العناية بها حيث يلاحظ تدني نسبتها مثل : " الالتزام بالسلوك الأمثل في التعامل " (٨,٦٧%) ، و " تعريف الحجاج بالإجراءات الإدارية " (٤,٠٦ %) ، و " التعرف بالإرشادات الصحية " (٦,٧٩%) .

كما يلاحظ أيضاً تضاؤل نسبة فئة " تعريف الحجاج بمناسك الحج " (١٤,٩١%) ؛ في إطار النظر إلى فريضة الحج باعتبارها فريضة متعددة المناسب ؛ وهو ما يستدعي جهوداً أكبر في بيان الجوانب الشرعية لها في ظل نقص الوعي بها عند الغالبية العظمى من حجاج بيت الله الحرام الذين يؤدون الفريضة للمرة الأولى .

ويلاحظ أيضاً تضاؤل نسبة فئة " التوعية الشاملة " (١٣,٠٤%) ؛

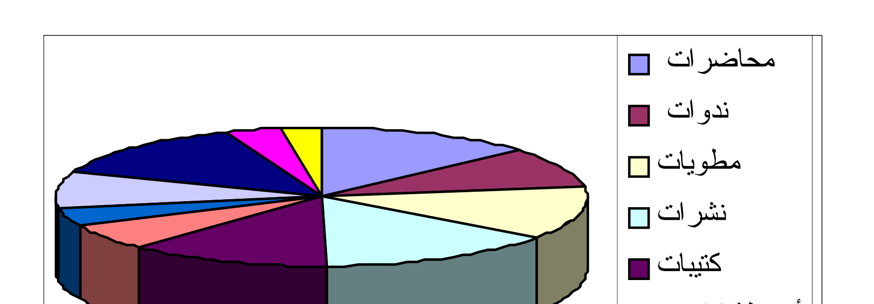
٦) الوسائل المستخدمة في تنفيذ برامج التوعية :

تتـنوع وسـائل مخاطبـة الـناس وجميعها ذات صـلة مباشرة بـالمجتمع . بالسؤال عن الوسـائل المسـتخدمة في تنفيذ برامج التوعيـة . نجد أن المحاضرات تشكل نسبة (١٣,٣٧%) ، ونسـب متفاوتة للمطويات والنشرات والكتيبات تتراوح بـين (١٢-١٤%) أمـا اسـتخدام التلفزيـون فبنـسبة (١٣,٢٨%) مـع ملاحظـة أن استخدام الانترنت ضئيل جداً بنسبة (٣,٤٦%) .

جدول (٦) الوسائل المستخدمة في تنفيذ برامج التوعية

الوسائل المستخدمة في تنفيذ برامج التوعية	التكرار	%
محاضرات	٢٨٦	١٣,٣٧
ندوات	١٩٩	٩,٣٠
مطويات	٢٦٥	١٢,٣٩
نشرات	٣١٢	١٤,٥٩
كتيبات	٢٦٣	١٢,٣٠
أشرطة كاسيت	١٢٩	٦,٠٣
أشرطة فيديو	٩١	٤,٢٥
إذاعة	١٨٤	٨,٦٠
تليفزيون	٢٨٤	١٣,٢٨
انترنت	٧٤	٣,٤٦
أخرى	٥٢	٢,٤٣
لمجموع	٢١٣٩	١٠٠,٠٠

شكل (٦) الوسائل المستخدمة في تنفيذ برامج التوعية



من خلال استقراء بيانات الجدول والشكل السابقين رقم (٦) يتضح أن " النشرات " تأتي في مقدمة الوسائل المستخدمة في تنفيذ برامج التوعية في الحج حيث بلغت نسبتها (١٤,٦%) ، تليها " المحاضرات " في المرتبة الثانية بنسبة (١٣,٤%) ، ثم " التليفزيون " في المرتبة الثالثة بنسبة (١٣,٣%) ، ثم " المطويات " في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢,٤%) ، ثم " الكتيبات " في المرتبة الخامسة بنسبة (١٢,٢%) ، ثم بقية الوسائل في المراتب السادسة إلى العاشرة على النحو الآتي " الندوات " (٩,٣%) و " الإذاعة" (٨,٦%) و " أشرطة الكاسيت " (٦,٠٠%) ، " وأشرطة الفيديو " (٤,٣%) و "الانترنت " (٣,٥%) تقريباً .

وتشير هذه البيانات إلى النتائج الآتية :

١) أن هناك تنوعاً واضحاً في استخدام العديد من الوسائل في تنفيذ برامج التوعية في الحج ، وإن لوحظ أن هناك تفاوتاً في حجم الاعتماد على كل منها .

٢) أن هناك تفوقاً بنسبة ما في حجم الاعتماد على الوسائل المطبوعة حيث بلغ مجموعها حوالي (٣٩,٢%) تقريباً ؛ وتشمل هذه الوسائل :النشرات ، والمطويات ، والكتيبات . في حين بلغ حجم الاعتماد على الوسائل المسموعة ، والمسموعة / المرئية حوالي (٣٢,٢%) تقريباً ؛ وتشمل هذه الوسائل : التلفزيون ، والإذاعة ، وأشرطة الكاسيت ، وأشرطة الفيديو . ويفسر ذلك في

ضوء سهولة الإنتاج المطبوع ، وقلة تكلفته مقارناً بالإنتاج المسموع ، والمسموع / المرئي .ولما كان الإنتاج المطبوع موجهاً – بالدرجة الأولى – إلى جمهور الحجيج الذي يجيدون القراءة والكتابة ؛ فإن ذلك يعني عدم إفادة نسبة كبيرة من حجاج بيت الله الحرام من هذه الوسائل ؛ بالنظر إلى ارتفاع نسبة الأمية في العالم العربي والإسلامي .

ولما كانت مواد التوعية المقدمة من خلال الإنتاج المسموع / المرئي ، ونعني به هنا التلفزيون" و " الفيديو كاسيت " تستدعي تركيزاً خاصاً لمتابعتها ، حيث تستقطب حاستي السمع والبصر ؛ وهو ما قد لا يتسق مع ظروف الحج وانشغال الحجاج بأداء المناسك ، وجلب المنافع الأخرى بعد قدومهم ؛ فإن مثل هذه المواد (المسموعة / المرئية) مرشحة لأن تكون أجدى وأنفع لتوعية الحجاج قبل قدومهم من بلدانهم ، وتصبح المواد المسموعة أجدى وأنفع لجميع الحجاج على اختلاف طبقاتهم ومستوياتهم التعليمية والثقافية بعد قدومهم لأداء المناسك .

وتجدر الإشارة هنا إلى "إذاعة التوعية في الحج " . و هي " إذاعة موسمية بدأت في بث إرسالها في ١٤٠٣/١١/١هـ ، وتستمر إلى ١٢/٢٠ من كل عام منذ ذلك التاريخ . وتبث باللغات : العربية ، والإنجليزية ، والفرنسية ، والأوردية ، والفارسية ، والهاوسا . ويشارك في إعداد برامجها وزارات : الإعلام ، والداخلية ، والشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة ، والهاتف ، والزراعة (المديرية العامة للمياه والصرف الصحي في المنطقة الغربية) ، وتعد كل جهة برامج في مجال اختصاصها . (السدلان ، ١٤٢٢هـ، ص٣٧) ، (هاشم ، د . ت ، ص ص ١٣-١٤ ، ٥١ ــ ٥٢) هذه الإذاعة يمكن تفعيل الإفادة منها من خلال توزيع جهاز ترانزستور صغير متعدد المهام كهدية رمزية على حجاج بيت الله الحرام ؛ حيث يقوم هذا الجهاز الصغير بالتقاط

موجات الإذاعة بلغاتها المتعددة ، بالإضافة إلى المهام الأخرى التي يمكن أن تفيد الحاج كالتنبيه إلى مواعيد الصلاة ، ومعرفة الوقت ، وما إلى ذلك .. ويمكن الاتفاق مع إحدى شركات الإلكترونيات العالمية على إنتاجه بتكلفة زهيدة

.٣- يلاحظ تدني نسبة الاعتماد على " الانترنت " حيث بلغت (٣,٥%) تقريباً .

ويفسر ذلك في ضوء محدودية انتشار هذه الخدمة في العالم العربي والإسلامي ، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة الأمية - كما سبق أن أشرنا ؛ على الرغم مما تمثله هذه الوسيلة من أهمية كبيرة في التواصل ونقل المعلومات وتداولها في الدول المتقدمة .

٧) الجنسيات المستهدفة ببرامج التوعية :

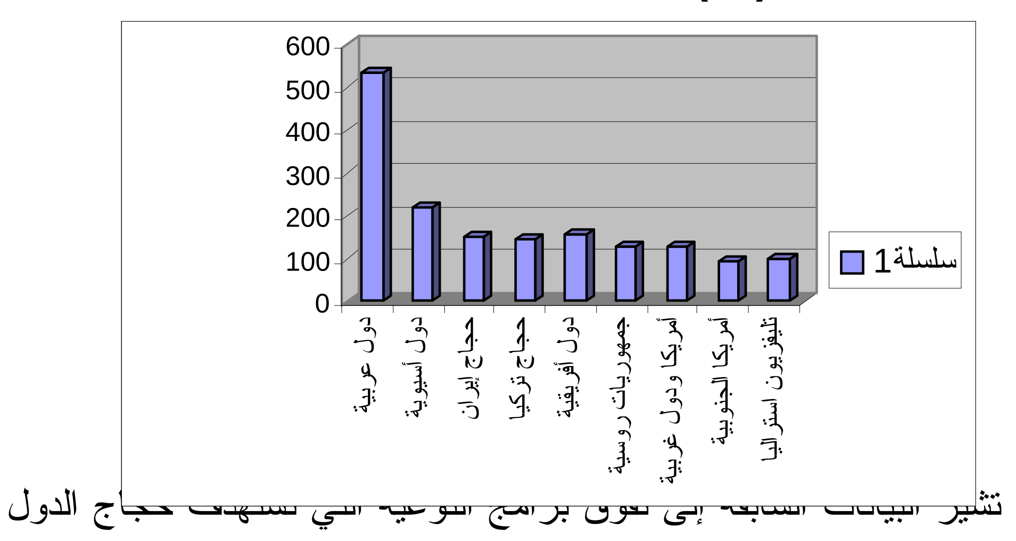
تستهدف برامج التوعية الجنسيات العربية بنسبة (٣٢,٣٥%) والدول الأسيوية بنسبة (١٣,٣١%) وبنسب أقل من (١٠%) للجنسيات الأخرى للحجاج القادمين لأداء مناسك الحج .

جدول (٧) الجنسيات المستهدفة بالتوعية

أهم جنسيات الحجيج المستهدفة بالتوعية	التكرار	%
دول عربية	٥٣٧	٣٢,٣٥
دول أسيوية	٢٢١	١٣,٣١
حجاج إيران	١٥٠	٩,٠٤
حجاج تركيا	١٤٤	٨,٦٧
دول أفريقية	١٥٨	٩,٥٢
جمهوريات روسية	١٣٠	٧,٨٣
أمريكا ودول غربية	١٢٦	٧,٥٩
أمريكا الجنوبية	٩٤	٥,٦٦
تليفزيون استراليا	١٠٠	٦,٠٢
لمجموع	١٦٦٠	١٠٠,٠٠



شكل (٧) الجنسيات المستهدفة بالتوعية



تشير البيانات السابقة إلى تفوق برامج التوعية- التي تستهدف حجاج الدول العربية ؛ وهو أمر طبيعي يمكن تفسيره في ضوء عوامل كثيرة من أهمها : عامل اللغة العربية الذي يسهل عملية التواصل مع شعوب هذه الدول والروابط المشتركة التي تربط بين المملكة وبين جميع الدول العربية ؛ فضلاً عن القرب المكاني حيث تقع الدول العربية في حيز جغرافي واحد لا تكاد تفصل بينهما موانع طبيعية .

وتأتي برامــج التوعية التي تستهدف حجاج الدول الآسيوية في المرتبة الثانية بنسبة (١٣,٣١%) ، وبإضافة " إيران " تصبح النسبة (٢٢,٣٥%) ، وهي أيضاً مؤشرات طبيعية تفسر في ضوء الارتباط القاري للمملكة بهذه الدول ، وأيضاً في ضوء ما تمثله دول آسيا وإيران من ثقل كبير ؛ حيث تعد أحد الروافد الأساسية لحجاج بيت الله الحرام لتميزها بالكثافة السكانية العالية .

ويلاحظ أيضاً تنوع برامج التوعية التـي تستهدف الجنسيات الأخرى ، كما هـو موضـح خـلال الجـدول والـشكل الـسابقين رقـم (٧) حيـث تـستحوذ البـرامج الموجهة لحجاج الدول الأفريقية على (٩,٥٢%) وهي نـسبة ليست هينـة تفسر فـي ضوء انتشار الإسلام في القارة السمراء ، وتعدد جنسيات الحجيج القادمين منها إلـى بيت الله الحرام .

كما يلاحظ الاهتمام بالبرامج التي تستهدف حجاج تركيا (٨,٦٧%) ، ويعزى ذلك إلى ما تمثله تركيا من ثقل إسلامي وتاريخي كبير في القارة الأوروبية ، وتعد بعثة الحج التركية واحدة من أهم البعثات .

ويأتي الاهتمام – بدرجة أقل – بالبرامج التي تستهدف الجنسيات الأخرى : كالجمهوريات الروسية ، وأمريكا والدول الغربية ، واستراليا ، وأمريكا الجنوبية .

٨) اللغات المستخدمة في برامج التوعية :

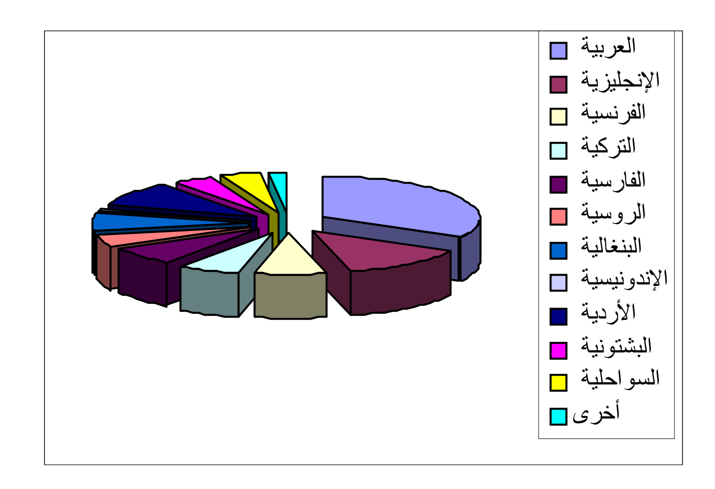
تتنوع اللغات المستخدمة في برامج التوعية . حيث تستخدم اللغة العربية بنسبة (٣٠,٨٩%) تليها اللغة الإنجليزية بنسبة (١٢,٢٦%) وبقية لغات العالم بنسب أقل من ذلك

جدول (٨) اللغات المستخدمة في التوعية

أهم اللغات المستخدمة في برامج التوعية	التكرار	%
العربية	٥٧٢	٣٠,٨٩
الإنجليزية	٢٢٧	١٢,٢٦
الفرنسية	١٢٩	٦,٩٧
التركية	١١١	٥,٩٩
الفارسية	١٣٢	٧,١٣
الروسية	٨٠	٤,٣٢
البنغالية	١٢٠	٦,٤٨
الإندونيسية	١٦	٨,٩٦
الأردية	١٧٢	٧,٦٧
البشتونية	٦٦	٣,٥٦
السواحلية	٧٥	٤,٠٥

أخرى	٣٢	١,٧٣
المجموع	١٨٥٢	١٠٠,٠٠

شكل (٨) اللغات المستخدمة في التوعية



تشير البيانات السابقة إلى النتائج الآتية :

١) تفوق اللغة العربية باعتبارها أهم اللغات المستخدمة في برامج التوعية في الحج ؛ وهذا أمر طبيعي يفسره الاهتمام الكبير ببرامج التوعية التي تستهدف حجاج الدول العربية – كما سبقت الإشارة إلى ذلك - فضلاً عن أنها لغة القرآن الكريم دستور المسلمين في مشارق الأرض ومغاربها .

٢) يلاحظ أيضاً التنوع في استخدام اللغات الأخرى وعلى رأسها الإنجليزية ؛ وهذا يرجع إلى تعدد جنسيات الحجيج . وإن لوحظ الاهتمام الكبير باللغات التي تخاطب حجاج الدول الآسيوية كالإندونيسية ، والأردية ، والفارسية ، والبنغالية ، والبوشتونية ، كما يلاحظ ضعف استخدام اللغات الموجهة لحجاج الدول الإفريقية كالسواحلية (٤,٠٥%) ؛ وربما يُعزى ذلك إلى أن أغلب سكان الدول الأفريقية يحبذون التحدث بلغات الدول الاستعمارية التي كانت تحتلها كالإنجليزية والفرنسية وغيرهما ؛ ومن ثم إمكانية مخاطبة حجاج تلك الدول بهذه اللغات ، فضلاً عن نقص الكوادر التي تجيد اللغات الأم لهذه الدول .

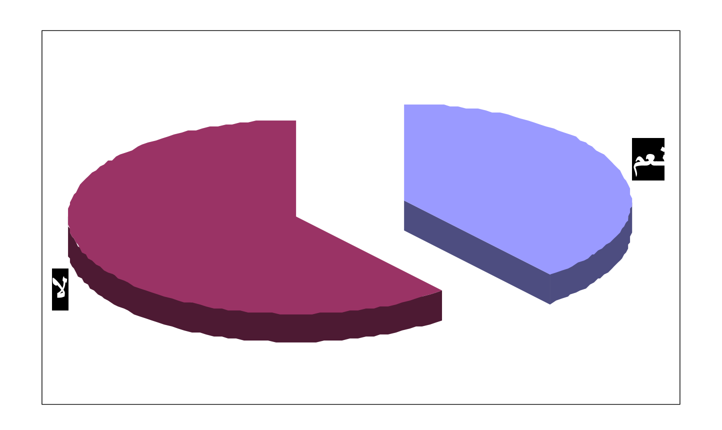
٩) هل تقوم الإدارة بتوجيه جانب من التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم ؟

أجاب نسبة (٣٨,٨٣%) بالإيجاب ، ونفى الباقون توجيه أي توعية إلى الحجاج قبل قدومهم إلى المملكة العربية السعودية .

جدول (٩) توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم

توجيه التوعية قبل قدوم الحجاج	التكرار	%
نعم	٢٥٢	٣٨,٨٣
لا	٣٩٧	٦١,١٧
المجموع	٦٤٩	١٠٠,٠٠

شكل (٩) توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم



تؤكد النتائج السابقة على أن الجانب الأكبر من برامج التوعية في الحج ينصرف إلى الحجاج بعد قدومهم ، على الرغم من كل المؤشرات التي تؤكد على أهمية توجيه التوعية للحجاج قبل قدومهم من بلادهم ؛ حتى تحقق برامج التوعية في الحج أهدافها المنوطة بها في إشاعة جو من الوعي السليم بين الحجاج بجميع المفردات المتعلقة بالحج (شرعاً وسلوكاً وإدارة وخدمات .. الخ) .

وربما يُعزى ذلك إلى ضعف المخصصات المالية الموجهة للتوعية في الإدارات المعنية ؛ فضلاً عن عدم توافر الكوادر المؤهلة – في ظل عنصر نقص الخبرة الحاد – والتي يمكنها أن تسهم في تفعيل برامج التوعية للحجاج في بلدانهم .

يضاف إلى ذلك سهولة تنفيذ برامج التوعية المقدمة للحجاج بعد قدومهم . وقد يـكون للنظرة القاصرة لدور التوعيـة المهم فـي الحـج لـدى بعض المسئولين فـي الإدارات المعنية دور في ذلك .

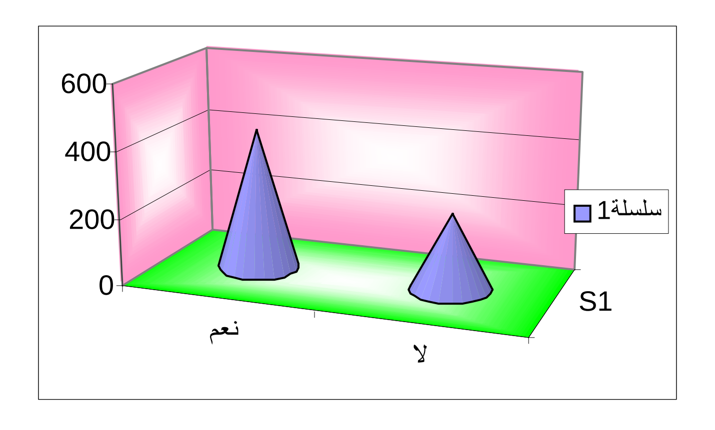
١٠) هل تفضل أن توجه برامج التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم ولماذا تفضل ذلك ؟ ولماذا لا تفضل ؟

نسبة (٦٤,٨٢%) تفضل توجيه التوعية للحجاج في بلادهم قبل قدومهم إلى المملكة ، بينما نسبة (٣٥,١٨%) لا تفضل ذلك .

جدول (١٠) تفضيل توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم

تفضيل توجيه التوعية قبل قدوم الحجاج	التكرار	%
نعم	٤٢٢	٦٤,٨٢
لا	٢٢٩	٣٥,١٨
المجموع	٦٥١	١٠٠,٠٠

شكل (١٠) تفضيل توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم



ويرى نسبة (١٩,٧%) من العينة أن التوعية قبل قدوم الحجاج في بلادهم يوفر كثيراً من الوقت والجهد والنفقات ، ويرى نسبة (٢٢,١٣%) أنها تهيئة مناسبة للحجاج قبل قدومهم . انظر الجدول (١٠) .

وتشير البيانات السابقة إلى الآتي :

١) أغلب القائمين بالتوعية في الحج يفضلون توجيه التوعية للحجاج قبل قدومهم . والأقلية هي التي لا تفضل ذلك ، وهذا مؤشر مهم يعكس رؤية القائمين بالتوعية لهذا الأمر ، ويؤكد على أفضلية توجيه التوعية للحجاج قبل قدومهم ، وعلى أهمية أن يؤخذ هذا الأمر على محمل الجد . ومن المفيد هنا أن نكرر أيضاً التأكيد على أهمية التنسيق بين الجهات التي تقدم التوعية للحجاج في هذا المجال لدراسة قضية توعية الحجاج في بلدانهم ، والإفادة في هذا الصدد من خبرات المتخصصين والخبراء في أحوال الشعوب والجنسيات المختلفة وتاريخهم وجغرافيتهم وتراثهم الحضاري والثقافي ولغاتهم المتعددة ؛ من أجل التوصل إلى آلية مناسبة يمكن من خلالها تنفيذ برامج توعوية ناجحة للحجاج قبل قدومهم من بلادهم .

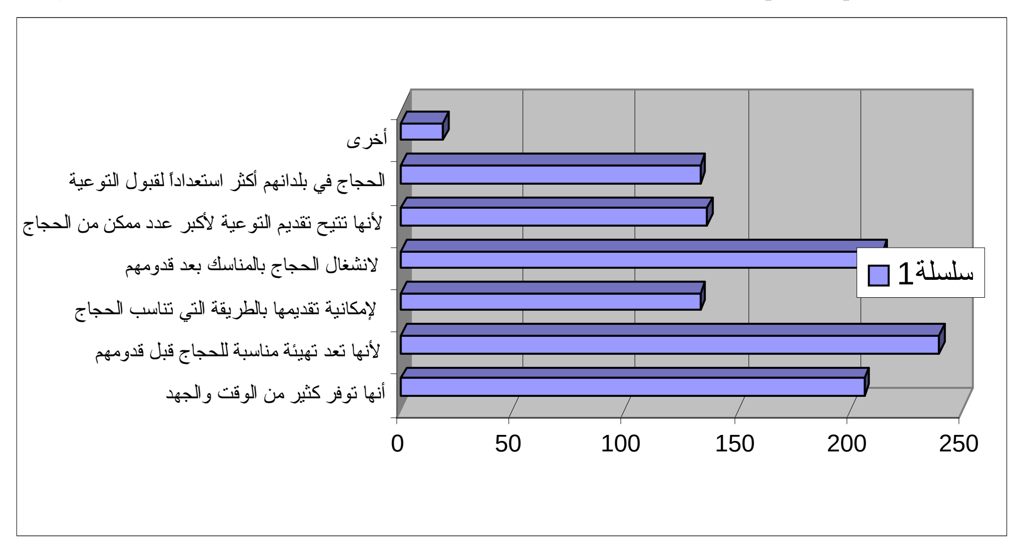
٢) أما عن مبررات تفضيل المبحوثين لتوعية الحجاج قبل قدومهم فتشير بيانات الجدول والشكل الآتيين رقم (١١) إلى النتائج الآتية :

جدول (١١) لماذا تفضل توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم

لماذا تفضل توجيه التوعية قبل قدوم الحجاج	التكرار	%
أنها توفر كثير من الوقت والجهد	٢٠٦	١٩,٠٧
لأنها تعد تهيئة مناسبة للحجاج قبل قدومهم	٢٣٩	٢٢,١٣
لإمكانية تقديمها بالطريقة التي تناسب الحجاج	١٣٣	١٢,٣١
لانشغال الحجاج بالمناسك بعد قدومهم	٢١٤	١٩,٨١
لأنها تتيح تقديم التوعية لأكبر عدد ممكن من الحجاج	١٣٦	١٢,٥٩

الحجاج في بلدانهم أكثر استعداداً لقبول التوعية	١٣٣	١٢,٣١
أخرى	١٩	١,٧٦
المجموع	١٠٨٠	١٠٠,٠٠

شكل (١١) لماذا تفضل توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم



- إن نسبة كبيرة من المبحوثين (٢٢,٣%) يرون أنها تعد تهيئة مناسبة للحجاج قبل قدومهم في حين يرى (١٩,٨١%) منهم أفضليتها لـ " انشغال الحجاج بالمناسك بعد قدومهم ، و (١٩,٠٧%) يرون أنها " توفر كثيراً من الوقت والجهد و النفقات ".

- يلاحظ أيضاً تقارب نسب المبررات الأخرى : فيرى (١٢,٥٩%) أنها تتيح تقديم التوعية لأكبر عدد ممكن من الحجاج " ، و (١٢,٣١%) لكل ممن يرون أفضليتها ، "لإمكانية تقديمها بالطريقة التي تناسب الحاج " و " أن الحجاج في بلدانهم أكثر استعداداً لقبول التوعية "

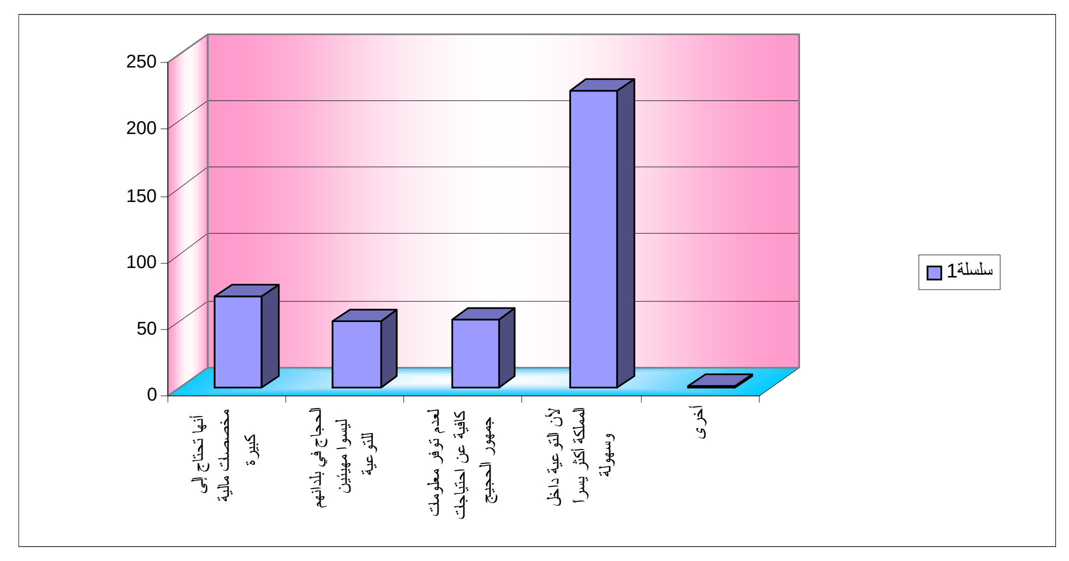
وتلك مؤشرات تؤكد على أن القائمين بالتوعية في الحج يرون أن هناك العديد من الفوائد الكبيرة التي ستتحقق من جراء تنفيذ برامج توعوية للحجاج قبل قدومهم من بلدانهم .

وأما عن مبررات الذين لا يفضلون توجيه التوعية للحجاج قبل قدومهم ؛ فقد أشارت البيانات الواردة في كل من الجدول والشكل الآتيين رقم (١٢) إلى النتائج التالية :

جدول (١٢) لماذا لا تفضل توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم

لماذا تفضل توجيه التوعية قبل قدوم الحجاج	التكرار	%
أنها تحتاج إلى مخصصات مالية كبيرة	٦٨	١٧,٣٥
الحجاج في بلدانهم ليسوا مهيئين للتوعية	٥٠	١٢,٧٦
لعدم توفر معلومات كافية عن احتياجات جمهور الحجيج	٥١	١٣,٠١
لأن التوعية داخل المملكة أكثر يسراً وسهولة	٢٢٢	٥٦,٦٣
أخرى	١	٠,٢٦
المجموع	٣٩٢	١٠٠,٠٠

شكل (١٢) لماذا لا تفضل توجيه التوعية إلى الحجاج قبل قدومهم



- أن أغلب المبحوثين الذين لا يفضلون التوعية للحجاج قبل قدومهم ؛ يبرزون موقفهم هذا بأن "التوعية داخل المملكة أكثر يسراً وسهولة " حيث بلغت نسبتهم (٥٦,٣٦%) . ويأتي هاجس " أنها تحتاج إلى مخصصات مالية كبيرة " في المرتبة الثانية بنسبة (١٧,٣٥%) ، ثم هاجس " عدم توافر معلومات كافية عن احتياجات

جمهور الحجيج " **في المرتبة الثالثة بنسبة (١٣,٠١%) ، ثم هاجس " أن الحجاج في بلدانهم ليسوا مهيئين للتوعية " في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢,٧٦%) .**

وتلك مؤشرات تعكس غياب الاعتبارات الموضوعية القوية للموقف المعارض لفكرة تقديم التوعية للحجاج قبل قدومهم عند أغلب من يتبنون هذا الاتجاه ؛ إذا كان المبرر الأقوى لديهم هو " أن التوعية في داخل المملكة أكثر سهولة ويسراً " ثم في المرتبة الثانية " أنها تحتاج إلى مخصصات مالية كبيرة " وهي مبررات لا تنسجم إطلاقاً مع توجه حكومة خادم الحرمين الشريفين نحو بذل كل ما في الوسع من جهود ونفقات لخدمات ضيوف بيت الله الحرام ؛ باعتبار أن خدمة الحاج شرف لكل مواطن ومقيم على هذه الأرض المباركة ... وهو شعار ترفعه الدولة ، وتسخر كل الإمكانات والطاقات من أجل أن يصبح واقعاً عملياً .

١١) مرئيات حول التكامل والتنسيق بين الإدارات التي تقوم بمهام التوعية في الحج :

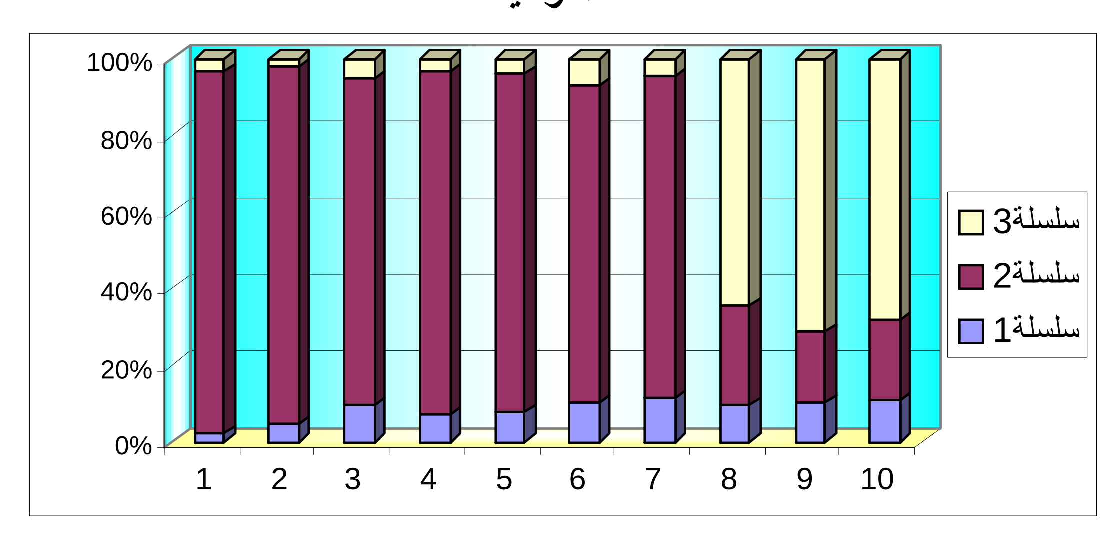
في جدول (١٣) لخصنا موافقة العاملين في شئون توعية الحجاج حول بعض المرئيات عن التكامل والتنسيق بين الإدارات ذات العلاقة بمهام التوعية في الحج ، فوجدنا الموافقة بشدة لجميع المرئيات المدرجة بالجدول .

جدول (١٣) الموافقة على مرئيات حول التكامل والتناسق بين الإدارات لمهام التوعية

م	مرئيات حول التكامل والتنسيق بين الإدارات التي تقوم بمهام التوعية في الحج	موافق بشدة	موافق	غير موافق	المجموع
١	يمكن أن توفر كثيراً من النفقات التي تضيع بسبب الازدواجية	٥٧,٣٢	٤١,١٦	١,٥٢	١٠٠
٢	يحقق التطوير المستمر لآليات وبرامج	٥٦,٥٥	٤٢,٥٣	٠,٩١	١٠٠

	التوعية				
٣	يضمن توفير الكوادر المؤهلة للقيام بمهام التوعية	٧١,٤١	٢٦,٩١	١,٦٨	١٠٠
٤	يمكن من اختيار المضامين التوعوية المناسبة	٤٦,٠٨	٥١,٩٢	٢,٠٠	١٠٠
٥	يمكن من اختيار الوسائل التوعوية المناسبة	٤١,٠٢	٥٦,٥٠	٢,٤٨	١٠٠
٦	يؤدي إلى توحيد الجهود والطاقات لخدمة أهداف التوعية وتغطية أكبر عدد ممكن	٤٥,٩٨	٤٩,٨٥	٤,١٨	١٠٠
٧	يسهل تواصل الخبرات وتلاقح الأفكار بما يخدم جهود التوعية	٤٥,٥٠	٥١,٦٦	٢,٨٤	١٠٠
٨	لا يمكن تحقيقه لاختلاف منطلقات وتوجيهات التوعية من إدارة لأخرى.	٢٢,٦١	٢٢,١٤	٥٥,٢٦	١٠٠
٩	لا يمكن تحقيقه لأن كل إدارة يمكن أن تقوم بتحقيق أهدافها من التوعية ذاتياً .	٢٠,٢٢	١٦,٦٤	٦٣,١٤	١٠٠
١٠	لا يمكن تحقيقه لعدم وجود استراتيجية واضحة تكون أساساً للتوعية الشاملة في الحج	١٨,١١	١٩,٢١	٦٢,٦٨	١٠٠

شكل (١٣) الموافقة على مرئيات حول التكامل والتناسق بين الإدارات لمهام التوعية



يلاحظ من خلال استقراء بيانات الجدول والشكل السابقين رقم (١٣) ما يأتي :

١) أن البدائل التي تؤكد على ضرورة التكامل والتنسيق بين الإدارات في الحج ؛ قد حصلت على أعلى درجات " الموافقة بشدة " ، و " الموافقة " من أفراد العينة ، مما يعكس رغبة القائمين بالتوعية في تحقيق التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية ، واعتقادهم بأنه سوف يكون عاملاً مهماً في تطوير برامج التوعية في الحج والارتقاء بها .

٢) أن أعلى درجات " الموافقة بشدة " على البدائل المطروحة تركزت حول أن التكامل والتنسيق يضمن توفير الكوادر المؤهلة للقيام وبمهام التوعية على الوجه الأكمل " حيث بلغت نسبتها (٧١,٤١%) ؛ وهذا مؤشر يعكس إحساس القائمين بالتوعية في الحج بالحاجة إلى الكوادر المؤهلة في هذا المجال ، وأن التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية من شأنه أن يحقق هذا المطلب بدرجة كبيرة .

٣) أن أعلى درجات " غير موافق " تركزت بشكل كبير حول البدائل الثلاثة الأخيرة ؛ والتي تعكس نوعاً من عدم الموافقة على التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية بالتوعية في الحج ؛ وهي على الترتيب : " لا يمكن تحقيقه لأن كل إدارة يمكن أن تقوم بتحقيق أهدافها من التوعية ذاتياً " بنسبة (٦٣,١٤%) ، و " لا يمكن تحقيقه لعدم وجود استراتيجية واضحة تكون أساساً للتوعية في الحج " بنسبة (٦٢,٦٨%) و " ولا يمكن تحقيقه لاختلاف منطلقات وتوجيهات التوعية من إدارة إلى أخرى بنسبة (٥٥,٢٦%).

وهذه مؤشرات تعكس وعي القائمين بالتوعية في الحج بأهمية التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية ؛ بهدف الارتقاء بهذه الرسالة وتطويرها بما يحقق الأهداف المرجوة منها .

وفـي الوقـت ذاتـه تـدل هـذه المؤشـرات علـى بعـض الهـواجس لـدى بعـض القـائمين بالتوعيـة معـه ألا يحقـق التكامـل والتنسيق بـين الإدارات المعنيـة الأهـداف المنشودة منه ؛ بدعوى أن كل إدارة يمكنها أن تقوم بمهـام التوعيـة ذاتيـاً علـى الوجـه الأكمل ، ولاختلاف منطلقات التوعيـة مـن إدارة لأخـرى ، ولعـدم وجـود اسـتراتيجية واضحة تكون أساساً للتوعية الشاملة في الحج .. وهذا الهاجس الأخير يستدعي فعلاً وقفه من المسئولين والمختصين ؛ يتم خلالها دراسة كل أبعاد هذه القضية مـن أجـل وضع استراتيجية واضحة المعالم تكون منطلقاً وأساساً لكل برامج التوعية في موسم الحج .

عرض النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة

١) أكثر من (٦٢%) من المستهدفين خبرتهم في التوعية من (١ – ٥) وما بين (٦-١٥) سنة نسبتهم (٢٣%) مما يشير إلى نقص خبرة القائمين بالتوعية في مجال الحج.

٢) المستوى التعليمي للعينة ابتدائي ومتوسط نسبتهم (١٤,١٦%) ، أما الغالبية فهم من خريجي الثانوية بنسبة (٦٠,١٩%) وهذا يعني أن هناك نسبة ليست هينة من القائمين بالتوعية يعانون من ضعف المستوى التعليمي .

٣) معظم أعمار العينة في سن الشباب حيث أن ما بين (٢١-٣٠) عام بلغت نسبتهم (٦٥,٣٣%) وهو ما يعني توافر طاقات يمكن استثمارها وتوجيهها بما يخدم أهداف التوعية .

٤) مدى اهتمام المؤسسات ببرامج التوعية أجاب نسبة (٥٢,١%) بأن الاهتمام كبير ، ونسبة (٣٢,٨١%) بأن الاهتمام متوسط ، ونسبة (١٥,٠٩%) أن الاهتمام قليل وهي نسبة ليست هينة .

٥) تتعدد الأهداف الخاصة بالتوعية في الحج حيث وجد أن نسبة (٣١,٦٩%) تهتم بهدف المحافظة على الأمن والسلامة ، ونسبة (١٤,٩١%) تهتم بهدف التعرف على مناسك أو الحج ، ونسبة (١٣%) تهتم بهدف التوعية الشاملة ، ونسبة (١١%) تهتم بهدف التعرف على أساليب التصرف في أوقات الطوارئ ، بإضافة المحافظة على قواعد الأمن والسلامة ينتج أن النسبة مجتمعة تصل إلى (٤٢,٧%) وهو ما يشير إلى أن الجانب الأكبر من التوعية

يستهدف الأمن والسلامة ، وبقية الأهداف فإن الاهتمام بها ما بين نسبة (٤ – ٨)

٦) وسائل توعية الحجاج متنوعة وقد قامت الإدارات باستخدام العديد منها فنجد أن من استخدم النشرات كانت نسبتهم (١٤,٥٩%) ثم التلفاز بنسبة (١٣,٢٨%) ، ثم المحاضرات بنسبة (١٣,٣٧%) ثم الكتيبات بنسبة (١٢,٣%) ، ثم المطويات بنسبة (١٢,٣٩%) ، ثم الندوات بنسبة (٩,٣%) ، ثم الإذاعة بنسبة (٨,٦%) ، ثم أشرطة الكاسيت بنسبة (٦%) ، ثم أشرطة الفيديو بنسبة (٤,٢٥%) ثم الانترنت بنسبة (٣,٤٦%)، وتشير النتائج إلى تفوق الوسائل المطبوعة حيث بلغ مجموعها حوالي (٣٩,٢%) تقريباً ، في حين أن المسموعة والمرئية بلغ مجموعها (٣٢,٢%) تقريباً .

٧) أما الجنسيات المستهدفة ببرامج التوعية فكانت الدولة العربية بنسبة (٣٢,٣٥%) ، والدول الأسيوية بنسبة (١٣,٣١%) ، وحجاج إيران بنسبة (٩%) ، ودول أفريقية بنسبة (٩,٥٢%) ، وحجاج تركيا بنسبة (٨,٦٧%) ، وجمهوريات روسية بنسبة (٧,٨٣%) ودول أمريكا وأوروبا واستراليا بنسبة (١٩,٢٧%) .

٨) اللغات المستخدمة في التوعية اللغة العربية بنسبة (٣٠,٨٩%) ، والإنجليزية بنسبة (١٢,٢٦%) ، والإندونيسية بنسبة (٨,٩٦%) ، والأردية بنسبة (٧,٦٧%) ، والفارسية بنسبة (٧,١٣%) ، والفرنسية بنسبة (٦,٩٧%) والبنغالية بنسبة (٦,٤٨%) ، والتركية بنسبة (٦%) ، والسواحلية بنسبة (٤%) ، والروسية بنسبة (٤,٣٢%) ، و البشتونية بنسبة (٣,٥٦%) .

٩) توجيه التوعية للحجاج معظمها بعد قدومهم حيث بلغت نسبتها (٦١,١٧%) ، أما توعية الحجاج قبل قدومهم فكانت نسبتها (٣٨,٨٣%) .

١٠) معظم المبحوثين يفضلون أن تكـون التوعية قبل قدوم الحجاج حيث بلغت نسبتهم (٦٤,٨٢%) .

١١) نسبة كبيرة من المبحوثين (٥٦,٦٣%) يرون أن مبررات توعية الحجاج قبل قدومهم لأن التوعية داخل المملكة أكثر يسراً وسهولة ، في حين أن نسبة (١٧,٣٥%) يرون أنها هناك تحتاج إلى مخصصات مالية كبيرة ، ونسبة (١٣%) يبررون ذلك لعدم توفر معلومات كافية عن احتياج جمهور الحجيج هناك ، ونسبة (١٢,٧٦%) يبررون ذلك لأن الحجاج في بلدانهم ليسوا مهيئين للتوعية .

١٢) أن المبحوثين يؤكدون على ضرورة التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية بالتوعية في الحج فقد حصلت على أعلى درجات " الموافقة بشدة " و " الموافقة " من أفراد العينة بنسبة أكثر من (٩٥%) .

١٣) أن أعلى درجات " الموافقة بشدة " على البدائل المطروحة تركزت حول أن التكامل والتنسيق يضمن توفير الكوادر المؤهلة للقيام بمهام التوعية على الوجه الأكمل حيث بلغت نسبتها (٧١,٤١%) .

١٤) أن أعلى درجات " غير موافق " على البدائل المطروحة حول التكامل تركزت بشكل كبير حول البدائل الثلاثة الأخيرة ؛ والتي تعكس نوعاً من عدم الموافقة على التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية بالتوعية في الحج حيث بلغت نسبتها ما بين (٦٣% - ٥٥%) وهذه مؤشرات تعكس وعي القائمين بالتوعية في الحج بأهمية التكامل والتنسيق في الحج بأهمية التكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية .

توصيات الدراسة

من خلال استقراء النتائج السابقة التي كشفت عنها الدراسة الميدانية ؛ توصي الدراسة بالآتي:

١) إقامة العديد من الدورات التدريبية المتخصصة ؛ التي تهدف إلى إعداد وتأهيل الكوادر التي يمكنها الإسهام بفعالية في تنفيذ برامج التوعية في الحج ؛ وذلك في إطار النقص الحاد والواضع في عنصر الخبرة لديهم .

٢) الاهتمام ببرامج التوعية المقدمة للحجاج قبل سفرهم إلى الأراضي المقدسة ، وضرورة العناية فيها بتوجيههم ، وتبصيرهم ، وإطلاعهم على الصورة الواقعية الصحيحة للحج ، والإفادة من تجارب بعض الدول في هذا الإطار .

٣) ضرورة توافر آلية واضحة للتكامل والتنسيق بين الإدارات المعنية بالتوعية في الحج ؛ حرصاً على عدم تشتت الجهود ، ومن ثم توحيدها بما يحقق أقصى درجات الفعالية لبرامج التوعية .

٤) المطالبة بوضع استراتيجية دقيقة واضحة المعالم للتوعية الشاملة في الحج ؛ يشارك فيها نخبة من الخبراء والمتخصصين ؛ تستند إلى رصد علمي دقيق للاحتياجات التوعوية لجماهير الحجيج في دول العالم الإسلامي ؛ على اختلاف جنسياتهم ، ولغاتهم ، وعاداتهم ، وتقليدهم ؛ لتكون هذه الاستراتيجية أساساً ومنطلقاً لكل برامج التوعية في الحج .

٥) تعظيم الإفادة من " إذاعة التوعية في الحج " من خلال توزيع جهاز ترانزستور صغير يقدم هدية رمزية لكل حاج ؛ يمكنه التقاط إرسال الإذاعة بلغاتها المتعددة ، كما يمكن الاتفاق مع إحدى شركات الإلكترونيات على إنتاجه بتكلفة زهيدة .

٦) آلية للتنسيق والتكامل في الجهود المبذولة للتوعية في الحج وتكون على النحو التالي :

(أ) تشكيل لجنة موسعة من الإدارات ذات العلاقة في داخل المملكة العربية السعودية وخارجها ومن الإدارات ذات العلاقة في الدول الإسلامية كبعثات الحج وإدارات الشئون الإسلامية والتعليمية ، وإيجاد آلية للتنسيق والاتصال بين أعضاء هذه اللجنة .

(ب) أن يقوم بإعداد خطة التوعية كفاءات جيدة ومؤهلة من المتخصصين في الإرشاد والتوعية لصياغة برامج جيدة وفعالة .

(ج) أن يكون إعداد برامج التوعية بناء على الاحتياج الفعلي للحجاج ، وذلك بناء على دراسات علمية تحدد ذلك .

(د) أن تكون التوعية شاملة لجميع المجالات الدينية والأمينة والصحية والتنظيمية والإدارية والجغرافية .

(هـ) أن تخصص ميزانية كافية للتوعية وتوزع على الإدارات ذات العلاقة .

(و) أن يوضع معايير للتوعية المناسبة وأن تحدد المواد الإعلامية المناسبة للتوعية ووسائل إيصالها والمواد التوعوية التي يحصل عليها الحاج قبل قدومه وبعد القدوم وإيصالها للمستفيدين في المكان المناسب والوقت المناسب ، وبالآلية المناسبة.

المصادر والمراجع

١) البعداني ، فيصل ، علي . أحوال النبي – صلى الله عليه وسلم ، سلسلة كتاب المنتدى - الرياض ، ١٤٢١هـ .

٢) بوقس ، عبد الله ، عبد المطلب . التوعية الشاملة في الحج ، سلسلة دعوة الحق ، الأمانة العامة لرابطة العالم الإسلامي ، مكة المكرمة (د . ت) .

٣) حسين ، سمير ، محمد . بحوث الإعلام ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، عالم الكتب ، القاهرة ، ١٩٩٥م .

٤) عبد المعطي ، رزق ، سعد . استخدام الإعلام الدني وإشباعاته في مصر – مجلة البحوث الإعلامية – عدد(٧) – جامعة الأزهر ، يوليو ١٩٩٧م .

٥) السدلان ، صالح ، غانم . دراسات الإعلام في الحج ، بحث غير منشور مقدم إلى الملتقى العلمي الثاني لأبحاث الحج بمعهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، جامعة أم القرى ، مكة المكرمة ، ١٤٢٢هـ .

٦) هاشم ، هاشم ، عبده . الإعلام السعودي ، دراسة الهوية الإعلامية (د.ت) .

٧) العساف ، صالح ، حمد . المدخل الى البحث في العلوم السلوكية . الرياض ، مكتبة العبيكان ، ١٤٢١هـ.

٨) عبدالحميد ، حام ، كاظم ، منهج البحث في التربية وعلم النفس . القاهرة ، ط٢ ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٨م.

٩) وزارة الحج . جهود وزارة الحج الاعلامية في توعية الحجاج. ورقة عمل مقدمة الى ندوة الاعلام في الحج – مكة المكرمة – ١٤١٦هـ.

١٠) عبدالله ، عبدالله ، أحمد . الاساليب المثلى لتوعية الحاج في بلده (تجربة ماليزيا واندونيسيا) بحث مقدم الى ندوة الاعلام في الحج – مكة المكرمة . ١٤١٦هـ.

١١) دبيان ، عبداللطيف ، والعنزي ، علي . الأساليب المثلى لتوعية الحاج في بلده (تجربة الدفاع المدني) بحث مقدم الى ندوة الإعلام في الحج . مكة المكرمة ، ١٤١٦هـ.